

Una ricerca Net Consulting Ma gli under 30 sognano aziende simili a Facebook

■■■■ La loro età è compresa fra i 18 e i 30 anni. Segni particolari: un'innata predisposizione all'uso di computer, smartphone, dispositivi elettronici connessi e applicazioni Web in tutti gli aspetti della quotidianità. Sono i "Millennial", generazione di giovani alla quale Ca Technologies - multinazionale di software e soluzioni per la gestione dell'information technology - con la società di ricerca Net Consulting ha dedicato un'indagine. Per capire come il suo ingresso nel mondo del lavoro sia un fattore critico per le imprese che si apprestano ad affrontare la sfida del rinnovamento del loro capitale umano.

Dall'indagine emerge che le aziende sono "in difetto". Soprattutto

nel comparto tecnologico e in quello organizzativo e di comunicazione. Come spiega a Libero Lavoro Gabriele Provinciali, esperto di Ca Technologies, «il reparto Ict dell'impresa può incontrare serie difficoltà nell'accettazione del cambio culturale che i Millennial offrono come parte del proprio patrimonio intellettuale». Predisposti a essere sempre connessi, alla comunicazione leggera e alla velocità di esecuzione, i giovani trovano insomma aziende troppo lente e arretrate sotto il profilo tecnologico. Un dato su tutti: se il 90% degli intervistati interagisce almeno una volta al giorno con i social network, circa il 59% delle aziende lo vieta o lo limita. Due mondi inconci-

liabili? Sarebbe meglio venirsene incontro. «I Millennial prediligono la comunicazione non strutturata», afferma infatti Provinciali, «come le chat, i social network e la videocomunicazione attraverso la rete. Sfruttare questa capacità di utilizzare qualsiasi strumento in qualsiasi momento al fine di favorire il business e l'immagine dell'azienda è per loro un comportamento naturale», che non deve essere quindi proibito ma che anzi «può avvantaggiare l'impresa nella sua strategia: ridurre i costi, aumentare la visibilità e al tempo stesso sfruttare le caratteristiche innovative di un fenomeno che sembra quasi impossibile ignorare».

«Questi giovani», racconta l'esperto di Ca Technologies, sono «uno stimolo a raffinare e migliorare la comunicazione aziendale interna, per divulgare ed educare le nuove generazioni a temi importanti come privacy, protezione dei dati aziendali, gestione dei rischi connessi all'utilizzo di utilizzo simultaneo di un profilo personale e di un profilo aziendale». La riduzione del gap tra impresa e Millennial può avere quindi un impatto profondamente positivo per l'impresa. «Il Millennial non è solamente un nuovo assunto, ma è "portavoce" del mercato di riferimento, e ne conosce gusti e abitudini», conclude Provinciali: «Adeguare il sistema informativo aziendale e i servizi Ict alle esigenze dei Millennials significa adeguare la propria offerta al mercato rendendola competitiva e attraente, e allo stesso tempo portare in azienda velocità e innovazione».

G.C.A.

